

## **ABSTRAK**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan Telkomsel yang belum maksimal dalam menciptakan kepuasan pelanggannya. Sehingga oleh sebab itu, maka Telkomsel perlu memperhatikan kepuasan pelanggannya agar dapat memenuhi harapan konsumen seperti lebih mengurangi harga dari produk telkomsel dan lebih mengamati lagi promosi yang akan diberikan kepada para konsumen agar dapat meningkatkan daya beli dan daya saing serta kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk Telkomsel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah (1) kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan (4) kualitas pelayanan, harga dan promosi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada mahasiswa/I Prodi Manajemen Universitas Potensi Utama.

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*The problem in this research is that Telkomsel's service quality has not been optimal in creating customer satisfaction. So for this reason, Telkomsel needs to pay attention to customer satisfaction in order to meet consumer expectations, such as reducing the prices of Telkomsel products and paying more attention to promotions that will be given to consumers in order to increase purchasing power and competitiveness as well as customer satisfaction in using Telkomsel products. This research aims to determine simultaneously and partially the variables of service quality, price and promotion on customer satisfaction. The data analysis method used is quantitative descriptive using multiple linear regression analysis. The results of this research are (1) service quality partially has no positive and significant effect on customer satisfaction, (2) price partially has a positive and significant effect on customer satisfaction, (3) promotion partially has a positive and significant effect on customer satisfaction and (4) service quality, price and promotion together or simultaneously have a positive and significant effect on case study customer satisfaction among students of the Management Study Program at Potential Main University.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Promotion and Customer Satisfaction*